

2022年2月期 第1四半期決算説明会

2021年6月28日(月)



ずっとつづく優しい暮らし



by Lin.&Red

- 売上高 前期比 33.2%増。販管費率 25.3%(前期比▲6.7pt)
- 営業利益高 130億円(率 9.1%)。1Qとしては過去最高益。

(百万円、%)

	2021年1Q	売上比	2020年1Q	前期比	2019年1Q	前々期比
売上高	142,539	100.0	106,987	133.2	133,648	106.7
売上総利益	48,829	34.3	32,712	149.3	43,094	113.3
販売管理費	36,065	25.3	34,192	105.5	37,727	95.6
営業利益	13,019	9.1	-1,281	—	5,592	232.8
経常利益	13,299	9.3	-1,092	—	5,767	230.6
親会社株主に帰属 する四半期純利益	8,875	6.2	-1,221	—	3,793	234.0
1株当たり 四半期純利益	241.51円	—	-33.22円	—	103.21円	—

- ブランド力の強化、各種企画の打出し、デジタル販促拡大などを進めたことにより、国内売上高は前期比 33.5%増

(百万円、%)

	2021年1Q	構成比	2020年1Q	前期比	2019年1Q	前々期比
しまむら	105,484	74.0	78,728	134.0	101,295	104.1
アベイル	13,221	9.3	9,548	138.5	13,010	101.6
バースデイ	19,162	13.5	14,988	127.8	15,301	125.2
シャンブル	3,299	2.3	2,501	131.9	2,639	125.0
ディバロ	180	0.1	128	140.3	200	89.7
しまむら(単体)	141,347	99.2	105,894	133.5	132,447	106.7
思夢楽(台湾)	1,192	0.8	1,062	112.3	1,107	107.6
飾夢楽(上海)	—	—	30	—	93	—
しまむら(連結)	142,539	100.0	106,987	133.2	133,648	106.7

- 人件費…店舗作業の効率化等により売上比 12.2%と抑制
- 広告宣伝費…デジタル販促の活用等で売上比 2.1%と削減

※2020年1Qは、時短営業や販促自粛等で販管費が一時的に大幅減少 (百万円、%)

	21年1Q	売上比	20年1Q	売上比	前期比	19年1Q	売上比	前々期比
給与	14,860	10.4	14,198	13.3	104.7	14,555	10.9	102.1
人件費合計	17,360	12.2	16,885	15.8	102.8	17,134	12.8	101.3
広告宣伝費	3,014	2.1	2,321	2.2	129.9	5,051	3.8	59.7
販売費合計	4,596	3.2	3,612	3.4	127.2	6,488	4.8	70.8
消耗品費	312	0.2	258	0.2	120.6	207	0.2	150.3
運賃	432	0.3	495	0.5	87.3	311	0.2	138.8
営業費合計	1,877	1.3	1,769	1.7	106.1	1,722	1.3	109.0
賃借料	8,226	5.8	8,230	7.7	100.0	8,447	6.3	97.4
減価償却費	1,478	1.0	1,336	1.2	110.6	1,361	1.0	108.5
設備費合計	11,083	7.8	11,020	10.3	100.6	11,368	8.5	97.5
一般費合計	1,147	0.8	905	0.8	126.7	1,013	0.8	113.2
販管費合計	36,065	25.3	34,192	32.0	105.5	37,727	28.2	95.6

- 資 産…商品在庫は適正水準を維持。現預金等は増加
- 負 債…売上増加に伴い買掛金と未払い法人税が増加

(百万円、%)

	21年5月度末	構成比	20年5月度末	構成比	前年同期末比
流動資産	279,978	61.5	239,250	58.3	117.0
固定資産	175,151	38.5	171,008	41.7	102.4
資産合計	455,130	100.0	410,259	100.0	110.9
流動負債	57,340	12.6	40,379	9.8	142.0
固定負債	8,868	1.9	8,451	2.1	104.9
負債合計	66,209	14.5	48,831	11.9	135.6
株主資本合計	385,074	84.6	356,966	87.0	107.9
その他の包括利益累計額	3,846	0.9	4,461	1.1	86.2
純資産合計	388,920	85.5	361,427	88.1	107.6
負債純資産合計	455,130	100.0	410,259	100.0	110.9

- 既存店売上高（2019年度対比。昨年が異常値のため）

しまむら 103.7% **アベイル** 103.0% **バースデイ** 117.9%

- 客 数…週単位で様々な企画を打出し、集客に効果を発揮
- 客単価…巣ごもり需要減 ⇒ お出掛け需要増への的確に対応

(%)

事業	期間	売上高		客数	買上点数	客単価	1点単価
		既存店	全店				
しまむら	21年1Q	133.9	134.0	127.9	100.0	104.8	104.8
	20年1Q	77.8	77.7	77.2	105.6	100.7	95.3
アベイル	21年1Q	138.6	138.5	135.7	100.0	102.1	102.1
	20年1Q	73.7	73.4	72.4	106.7	101.4	95.0
バースデイ	21年1Q	125.5	127.8	123.5	98.3	103.5	105.3
	20年1Q	94.7	98.0	89.7	105.9	109.2	103.1

粗利・値下・在庫 前年比

しまむらグループ

- 短期生産の活用、夏物の早期導入、レジ割引の削減などにより、値下と在庫を抑制して粗利益が大幅に改善

(%)

事業	期間	粗利			値下			在庫
		粗利高 前年比	粗利率	前年差	値下高 前年比	値下率	前年差	在庫高 前年比
しまむら	21年1Q	140.9	33.3	+3.6	81.4	8.7	-5.6	95.7
	20年1Q	73.2	29.7	-1.9	85.0	14.3	+1.2	101.4
	20年累計	107.0	33.1	+1.2	80.8	8.4	-2.3	95.0
アベイル	21年1Q	158.9	36.0	+4.6	95.9	20.6	-9.2	92.1
	20年1Q	63.2	31.4	-5.0	107.7	29.8	+9.5	91.5
	20年累計	104.2	38.0	+1.9	82.5	17.0	-3.4	91.1
バースデイ	21年1Q	142.9	36.8	+3.9	45.1	2.8	-5.1	91.7
	20年1Q	101.4	32.9	+1.1	74.3	7.9	-2.5	94.4
	20年累計	122.8	34.1	+1.9	79.5	5.6	-2.6	87.5

商品力の強化 – 既存ブランドの拡充と新規ブランドの育成 –

- ① PB「CLOSSHI」…既存商品アイテムの取扱い拡大と品揃えの拡充
アウター部門は取扱量を拡大、実用部門は「4つのこだわり」を拡充
- ② PB「CLOSSHI PREMIUM」…新規商品アイテムの品揃えを拡充
寝具部門で機能性をより高めたマットレスやラグが好調



商品力の強化 – 既存ブランドの拡充と新規ブランドの育成 –

- ① 既存JBの拡充…第1四半期の売上高に占めるJB比率は10%に拡大
 婦人ミセス部門はPB+JB比率が約50%にまで拡大し、売上も好調
- ② インフルエンサー企画の拡大…第1四半期はミセス向け4名を展開
 売上結果は良好。第2四半期も継続的に展開し、新規JBへ繋げる

▼ミセス向けインフルエンサーの拡大



AYA



MUMU



TERA



星 玲奈

▼公式Instagramでティーンズ向けの「しまスタイル」を開設



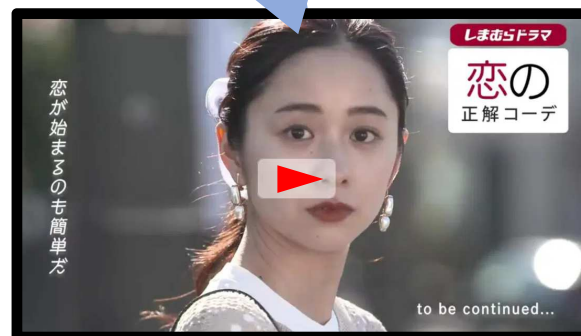
販売力の強化 – デジタル販促の確立・地域別対応の強化 –

- ① デジタル販促の確立…1Q動画広告17本(昨年3本)。機動的に配信
- ② チラシ販促の最適化…チラシは新聞折込とWeb配信の割合を半々へ
- ③ 地域別対応の強化…地方店舗・売上不振店、沖縄地方の対応を継続

▼ チラシと動画広告の連動



チラシから
動画広告へ



▼ 沖縄限定チラシ (3/10号)



商品力と販売力の強化 –ブランドの確立とトータル展開–

- ① JB×3ブランドを立上げ…「CHIP CLIP」「SUREVE」「Rag Out」
 - ▼レディース売場でトータル展開。売場と販促を連動させて売上好調
 - ▼今後は靴・バッグも展開予定。 2QでメンズJBも新規立上げ予定
- ② インテリア部門を立上げ…クッションなどのキャラクター商品が好調

CHIP CLIP



中高生をターゲットとした
カジュアルテイスト

SUREVE



20代女子が憧れる
クールなセクシーテイスト

Rag Out



働く大人をターゲットとした
エレガンステイスト

商品力と販売力の強化 – JB拡充・季節展開見直し・地域対応 –

- ① 既存JBの拡充…「tete a tete」「futafuta」は品揃え拡大で売上増
ディズニーコラボ、クマ柄（フタクマ）などのヒット商品を開発
- ② 季節商品の展開見直し…夏物前倒しで値下減、短期生産活用で売上増
- ③ 地域別対応…コロナ禍の学校行事に対して、適切な地域別対応を実施



品揃えとサービスの拡充・各事業への拡大

- ① 品揃えとサービス拡充…EC限定商品の拡大、3つの新サービスを開始
 - ▼インフルエンサー企画、キャラクター、ラージサイズが売筋商品に
 - ▼オンライン試着室、AIタグ接客、予約販売システムで会員数を拡大
- ② 各事業への拡大…下期からバースデイ事業を開始（9月予定）

▼オンライン試着室

01 簡単なアンケートに答える

あなたの性別と年齢を教えてください

性別 ☐ 男性 ☒ 女性

年齢 35 歳

身長・体重・ゆとりを教えてください

身長 160 cm

体重 50 kg

02 おすすめサイズの着用感がシルエットで表示される



▼AIタグ接客

あなたにおすすめのタグ

- #無地 ワンピース
- #フリル ワンピース
- #オーバーオール 無地
- #レーヨン ワンピース 半袖
- #花柄 ワンピース
- #オーバーオール ポケット

お客様の潜在的なニーズを捉え、画面に表示した「タグ」で商品をおすすめします。

オンライン上でもしまむらしい「宝探し」が体験できます。

▼予約販売システム



2022年2月期 連結業績予想

しまむらグループ

- 売上高は前期比 2.3%増、営業利益は前期比 1.6%増を計画
- 1株当たり配当金は年間220円の見込み
(4月5日の決算発表時から変更はありません)

(百万円、%)

	22年2月期 予想	売上比	21年2月期 実績	売上比	前期比
売上高	554,837	100.0	542,608	100.0	102.3
売上総利益	186,980	33.7	184,092	33.9	101.6
販売管理費	149,297	26.9	147,018	27.1	101.5
営業利益	38,646	7.0	38,026	7.0	101.6
経常利益	39,594	7.1	39,404	7.3	100.5
特別損失	1,087	0.2	1,408	0.3	77.2
親会社株主に帰属する 当期純利益	26,277	4.7	26,163	4.8	100.4
1株当たり純利益	715.03円	—	711.93円	—	—
1株当たり配当金	220円	—	220円	—	—

(将来に関する記述等についてのご注意)

本資料に記載されている業績の見通し等の将来に関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づき判断した見通しであり、多分に不確定な要素を含んでおります。実際の業績等は業況の変化等により予想値と異なる場合があります。

